



**La Fédération  
des producteurs acéricoles  
du Québec,  
d'hier à demain**

# Plan de présentation

- 🍷 Un peu d'histoire
- 🍷 La Fédération aujourd'hui
- 🍷 Nos outils de mise en marché
- 🍷 Des outils formidables  
des résultats formidables
- 🍷 Et l'avenir maintenant...
- 🍷 Conclusion



# Un peu d'histoire

- 1922** Adoption de la Loi sur les syndicats agricoles
- 1924** Fondation de l'Union catholique des cultivateurs (UCC) ancêtre de l'UPA
- 1956** Adoption de la loi sur la mise en marché
  - 💧 Permettra la création des plans conjoints
- 1966** Fondation de la Fédération des producteurs acéricole du Québec (FPAQ)
- 1989** Après 4 essais, adoption du plan conjoint par les producteurs acéricoles
  - 💧 Règle du 50 % - 67 %
  - 💧 67 % des producteurs votent, dont 84 % en faveur du plan
- 2000** Réserve stratégique
- 2002** Agence de vente
- 2004** Contingentement

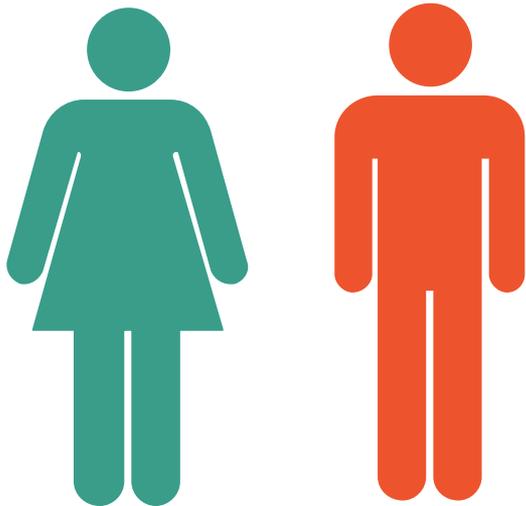


# Plan de présentation

- 🍷 Un peu d'histoire
- 🍷 **La Fédération aujourd'hui**
- 🍷 Nos outils de mise en marché
- 🍷 Des outils formidables  
des résultats formidables
- 🍷 Et l'avenir maintenant...
- 🍷 Conclusion



# La Fédération aujourd'hui



- 13 500 acériculteurs et acéricultrices
- Regroupés en 7 300 entreprises
- Réunies en 12 syndicats régionaux
- 2 entrepôts pour gérer la réserve stratégique mondiale
- Ventes annuelles d'environ 275 M\$
- 50 employés
  - 35 à Longueuil
  - 15 à Laurierville
- Taux de satisfaction de 82 % des producteurs envers la Fédération

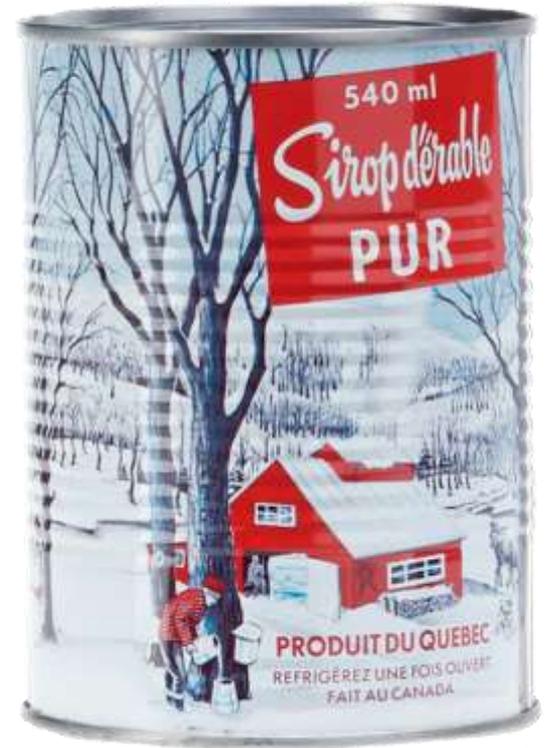
# Le financement de la Fédération

Actuellement, prélevé de 12 ¢/lb de sirop d'érable\*

- ◆ 4,75 ¢ promotion, recherche, développement des marchés
- ◆ 4 ¢ gestion des inventaires
- ◆ 2,5 ¢ Plan conjoint
- ◆ 0,75 ¢ fonds qualité

\* Une demande d'augmentation de 2 ¢ du prélevé de la promotion a été récemment déposé à la RMAAQ

**Budget annuel : ± 12 M\$**



# Plan de présentation

- 🍷 Un peu d'histoire
- 🍷 La Fédération aujourd'hui
- 🍷 **Nos outils de mise en marché**
- 🍷 Des outils formidables  
des résultats formidables
- 🍷 Et l'avenir maintenant...
- 🍷 Conclusion



# Nos outils de mise en marché

## Pourquoi organiser la mise en marché?

### 💧 Un marché imparfait

- Une très forte concentration du secteur de la transformation
  - D'un côté : 5 acheteurs contrôlent près de 90 % du marché (oligopole)
  - De l'autre côté : 8 000 entreprises acéricoles (1 acheteur/1 600 producteurs)

### 💧 Aucun contrôle sur la production

- Déséquilibre entre l'offre et la demande
  - Conditions climatiques (variabilité importante des rendements)
  - Augmentation de la productivité (changement technologique)
  - Développement anarchique des érablières (augmentation du nombre d'entailles)
  - Augmentation des inventaires (offre > demande)
  - Les mécanismes en place sont inadéquats pour gérer les inventaires

### 💧 Effet « yoyo » sur les prix...

# Nos outils de mise en marché

## 1) Le plan conjoint (1989)

- ◆ Adopté par 84 % des producteurs
- ◆ Permet à la Fédération d'être l'unique représentant des producteurs devant les acheteurs
- ◆ Permet de rétablir progressivement un sain rapport de force
- ◆ Est le coffre à outil de tous les autres outils mis en place par la suite
- ◆ Financement : prélevé de 2,5 ¢/lb



# Nos outils de mise en marché

## 2) La réserve stratégique mondiale (2000)

### Objectifs :

- Contribuer à stabiliser les prix du sirop d'érable sur le marché mondial
- Assurer un approvisionnement constant des marchés
- Entièrement gérée par la Fédération
- 2 entrepôts
  - Laurierville (2012) : usine entrepôt
  - Saint-Antoine-de-Tilly (2008) : entrepôt
- Financement : prélevé de 4 ¢/lb



# Nos outils de mise en marché

## Vidéo

La réserve stratégique mondiale de sirop d'érable



# Nos outils de mise en marché

## 3) L'agence de vente (2002)

- Adoptée unanimement par les délégués

### Objectif :

- Gérer le paiement aux producteurs et la facturation aux acheteurs

### Fonctionnement :

- Les acheteurs paient la Fédération pour le sirop d'érable qu'ils achètent (prix convention)
- La Fédération paie les producteurs au prorata des ventes (pool)

### Auto-financée



# Nos outils de mise en marché

## 4) Le contingentement (2004)

- ◆ Adopté unanimement par les délégués

### Objectifs :

- ◆ **Général**
  - Ajuster l'offre du sirop d'érable à la demande
- ◆ **Spécifiques**
  - Stabiliser les prix aux producteurs
  - Favoriser les investissements
  - Maintenir toutes les tailles d'entreprises



# Nos outils de mise en marché

## 4) Le contingentement (2004)

### Quelques informations de base

- ◆ Contingent rattaché au fonds de terre
- ◆ Produits visés : eau et sirop d'érable
- ◆ S'applique aux ventes en vrac et par intermédiaires
- ◆ Ne s'applique pas aux ventes directes aux consommateurs en petits contenants (< 5 litres ou kilogrammes)



# Nos outils de mise en marché

## 4) Le contingentement (2004)

### Quelques informations de base

- Transfert de contingent lors :
  - d'une vente
  - d'une location
  - d'une vente d'eau d'érable



# Nos outils de mise en marché

## 4) Le contingentement (2004)

### Calcul des premiers contingents

Meilleure année entre 1998 et 2002

+

Meilleure année entre 2003 et 2004

---

Total/2 = contingent intérimaire



# Nos outils de mise en marché

## 5) La promotion

### Objectif :

Accroître la notoriété, la visibilité, la valeur et les ventes des produits de l'érable du Québec et du Canada au plan national et international

- 1991 : premier prélevé de 0,75 ¢/lb, rendu possible par l'adoption du plan conjoint l'année précédente
- 2003 : 2,75 ¢/lb
- 2009 : 4,75 ¢/lb
- 2016 : demande à la RMAAQ pour l'augmenter à 6,75 ¢/lb



# Nos outils de mise en marché

## 6) Le contrôle de la qualité

Financement : prélevé de 0,75 ¢/lb

- Seule région au monde à faire l'inspection systématique de toute la production en vrac
- 250 000 barils/année goûtés et analysés



# Plan de présentation

- 🍷 Un peu d'histoire
- 🍷 La Fédération aujourd'hui
- 🍷 Nos outils de mise en marché
- 🍷 **Des outils formidables  
des résultats formidables**
- 🍷 Et l'avenir maintenant...
- 🍷 Conclusion



# Des outils formidables des résultats formidables

## Le Québec acéricole en chiffres

- 48 millions d'entailles
- Vente 107 M de lb en 2016 pour une valeur de 300 M\$
- 800 M\$ de contribution à l'économie canadienne sans aucune intervention financière du gouvernement
- 10 500 emplois ETP



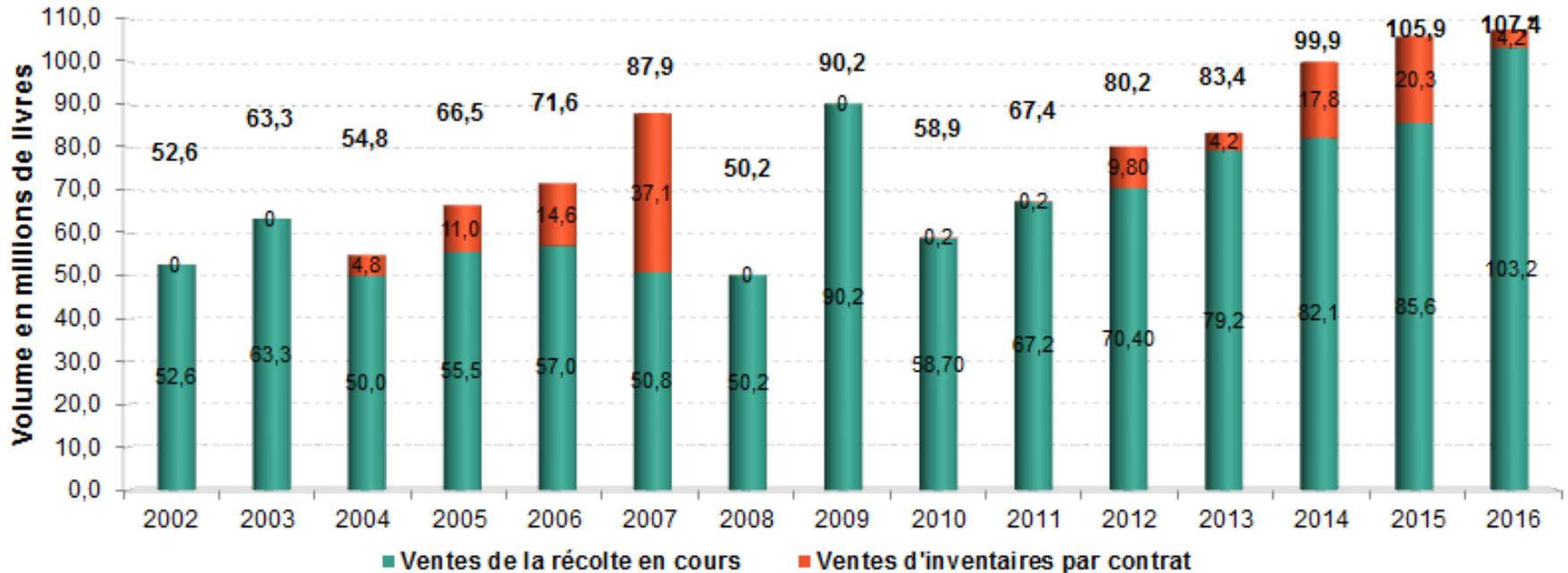
L'industrie se porte bien! Les prix sont bons et stables, la demande mondiale est en croissance, les producteurs entaillent de plus en plus d'érables et il ne s'est jamais vendu autant de produits de l'érable qu'en 2016.

# Des outils formidables des résultats formidables

	Taux de croissance annuelle (%)				
	1990	2005	2015	1990-2015	2005-2015
Production (M lb)	38	74	107	4,22	3,75
Nb d'entailles (M)	20	38	42	3,01	1,00
Valeur à la ferme (M\$)	64	161	307	6,47	6,67
Exportation (M lb)	XX	65	93	X,XX	3,65
Demande mondiale (M lb)		102	160		4,60

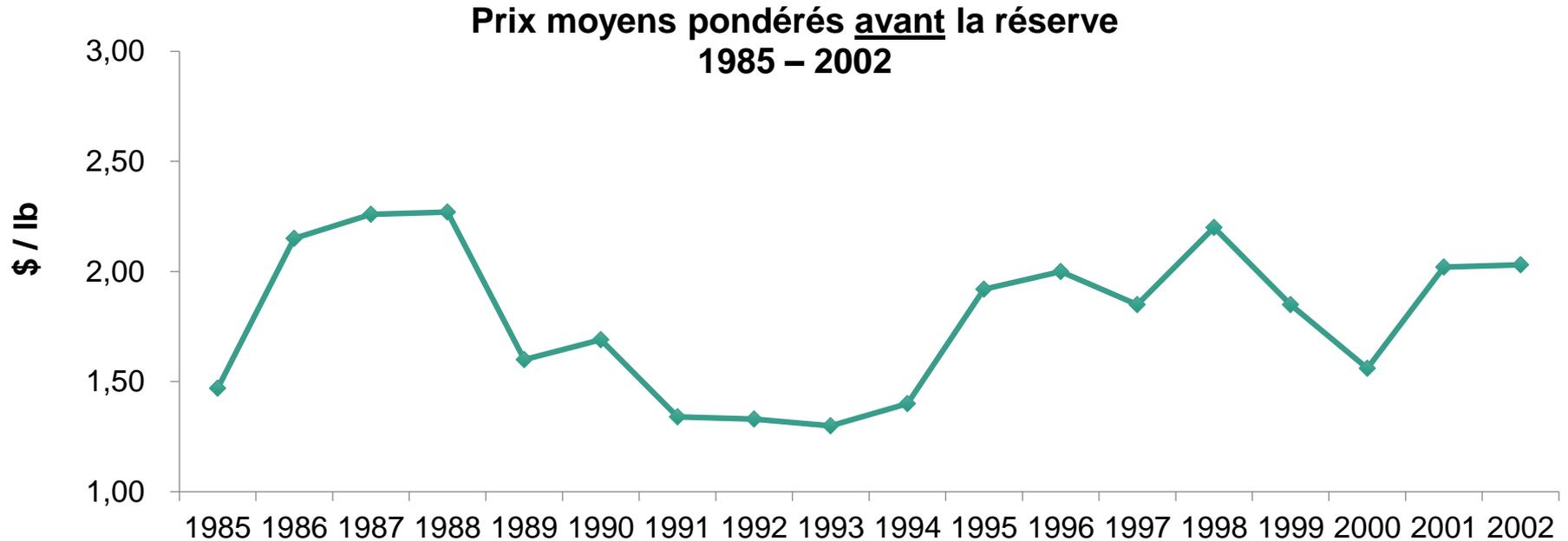
# Des outils formidables des résultats formidables

## Ventes de l'agence de vente



# Des outils formidables des résultats formidables

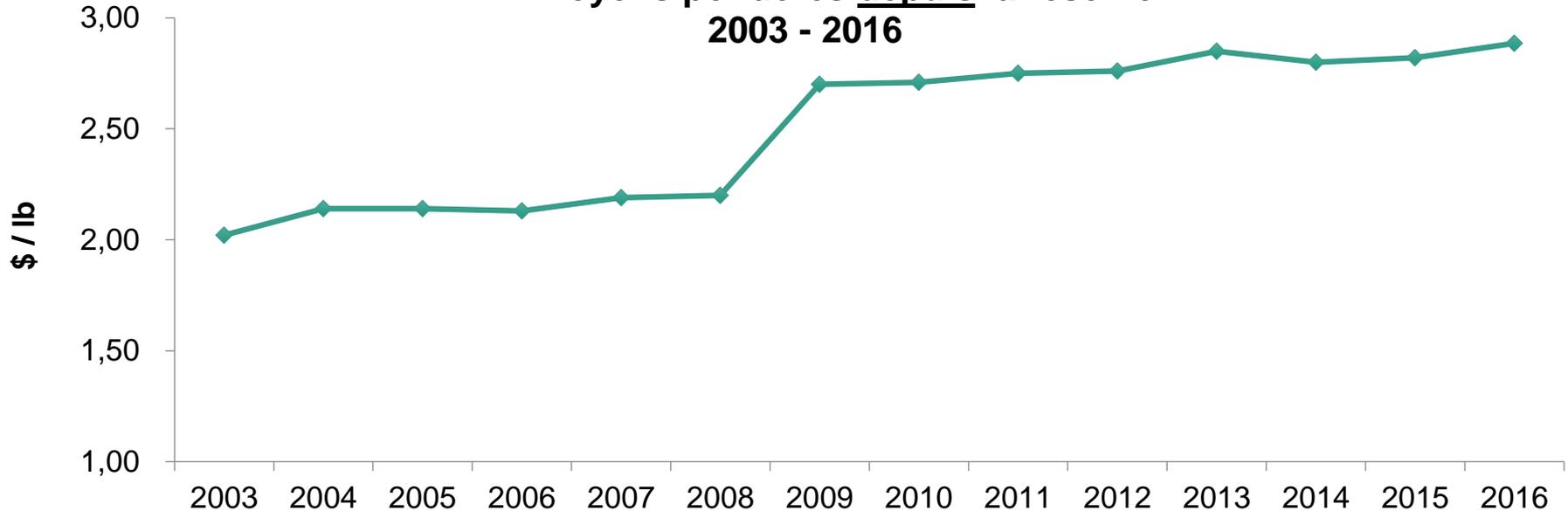
## Un prix enfin prévisible



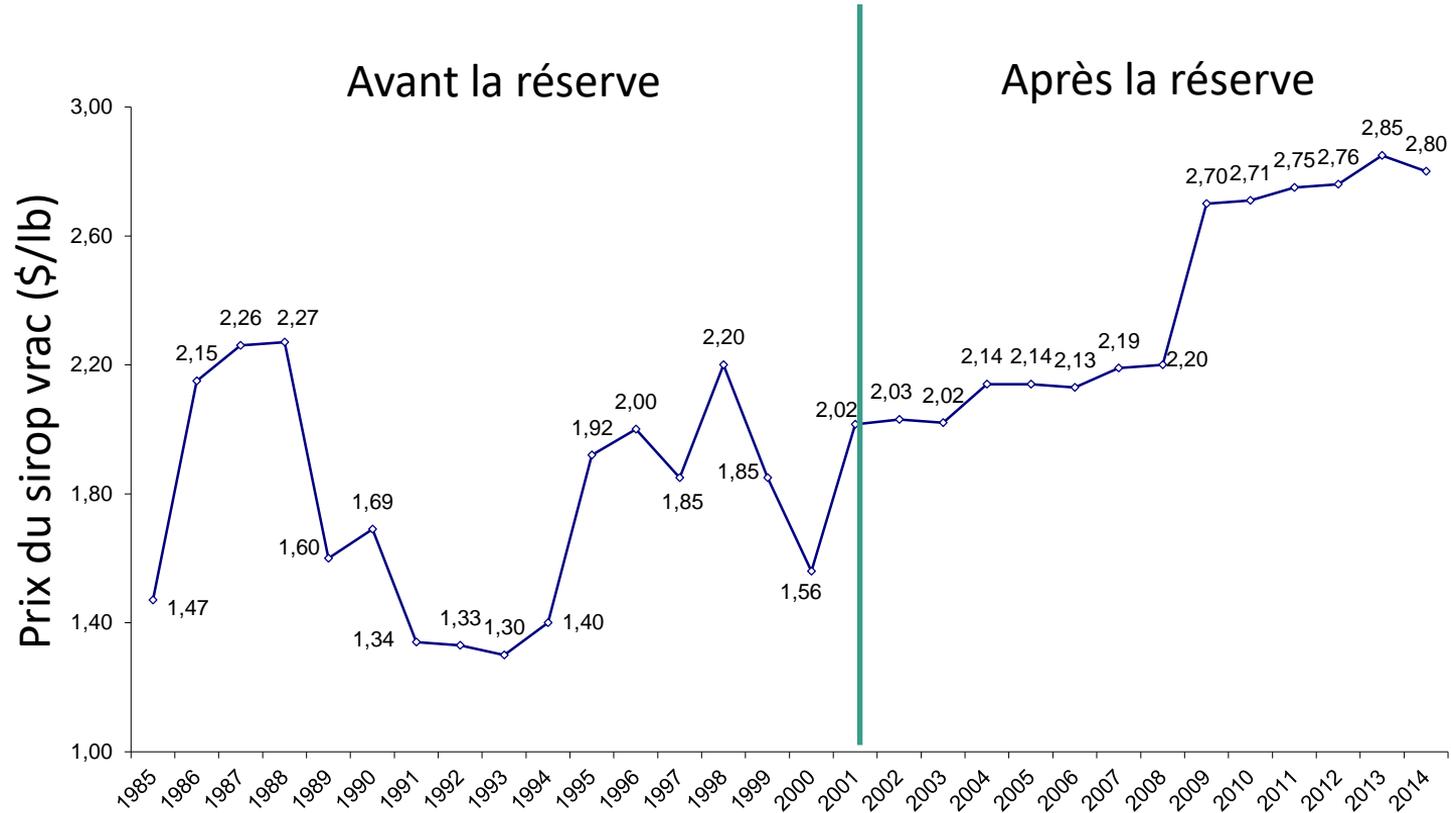
# Des outils formidables des résultats formidables

## Un prix enfin prévisible

Prix moyens pondérés depuis la réserve  
2003 - 2016

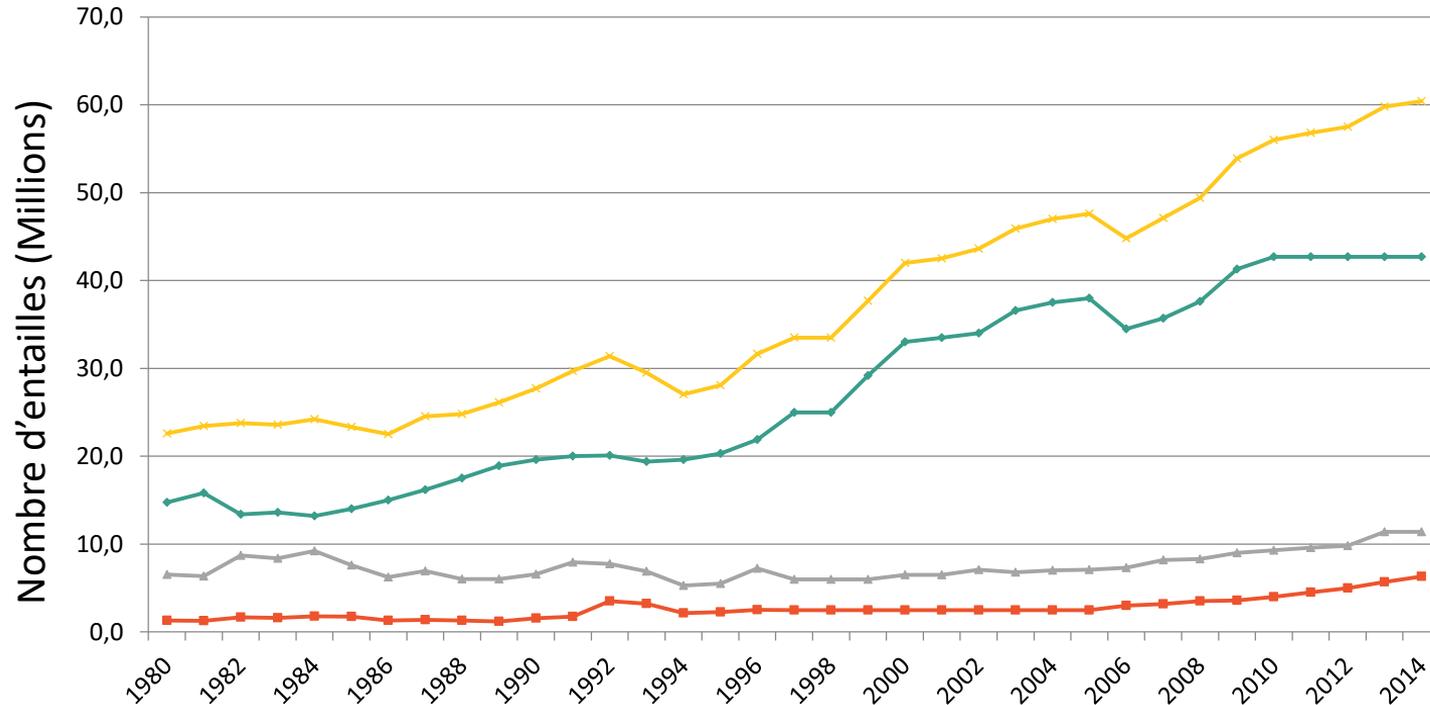


# Des outils formidables des résultats formidables



# Des outils formidables des résultats formidables

## Le contingent : un frein à la production?



# Des outils formidables des résultats formidables

## Le contingent : un frein à la production?



Depuis la première émission en 2004  
**2008 et 2009**

- ◆ 380 nouveaux producteurs qui ont reçu 3,55 M lb de nouveaux contingents
- ◆ 18 M lb aux producteurs déjà établis

**2016**

- ◆ 282 nouveaux producteurs qui ont reçu 1,38 M lb de nouveaux contingents
- ◆ 3,62 M lb aux producteurs déjà établis

# Des outils formidables des résultats formidables

## Le contingent : un frein à la production?



## Évolution du contingent global

◆ 2004 -> 64 M lb

◆ 2017 -> 118 M lb

Accroissement de 54 M lb en 13 ans = 4,8 %/an

Le contingent, un frein au développement, vraiment?

# Des outils formidables des résultats formidables

## La promotion

Hisser l'érable au niveau d'un produit à valeur ajoutée auprès des consommateurs et industriels et le positionner comme un produit à applications multiples dans les secteurs alimentaires et non alimentaires, en raison de ses qualités fonctionnelles, nutraceutiques, nutrathérapeutiques, nutritives et physico-chimiques.



Produit «folklorique»  
à utilisation restreinte



Bon sucre



Produit à valeur ajoutée  
et aux applications multiples



# Des outils formidables des résultats formidables

La promotion

## Champs d'activités

- ◆ Relations publiques
- ◆ Commandites d'événement et d'athlètes
- ◆ Recherche scientifique sur l'érable
- ◆ Partenariats pour développer nouveaux produits

# Des outils formidables des résultats formidables

La promotion

## Marchés

- ◆ Inde depuis 2016
- ◆ Royaume-Uni depuis 2015
- ◆ Japon depuis 2005
- ◆ États-Unis depuis 2005
- ◆ Québec



# Des outils formidables des résultats formidables

## Vidéo

Promotion, innovation, recherche, développement des marchés



# Des outils formidables des résultats formidables

## La promotion

### Avenir des marchés



### Exportations

- 53 pays
- Record de 92,8 M lb en 2015
- Principaux marchés
  - États-Unis : 64,0 %
  - Allemagne : 8,5 %
  - Japon : 6,5 %
  - Royaume-Uni : 5,0 %
  - Australie : 4,0 %
  - Autres : 12,0 %  
(48 pays)

# Des outils formidables des résultats formidables

## Des exportations qui ne cessent d'augmenter

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016 (7 mois)
États-Unis	53,6	47,1	48,4	49,7	52,9	54,0	59,0	33,7
Allemagne	4,0	4,5	4,6	5,0	5,7	7,0	7,8	5,8
Japon	4,8	7,2	6,6	6,3	6,0	7,2	5,9	3,4
Royaume-Uni	3,7	3,0	3,4	3,5	3,5	3,7	5,0	2,6
Australie	2,4	2,1	2,4	2,4	3,1	3,2	3,6	2,5
France	2,0	2,1	2,4	2,1	2,8	2,8	3,3	1,6
Autres pays	4,7	5,7	6,2	7,0	6,2	6,6	8,2	5,0
<b>Volume total (Mlb)</b>	<b>75,2</b>	<b>71,7</b>	<b>73,9</b>	<b>76,0</b>	<b>80,1</b>	<b>84,4</b>	<b>92,8</b>	<b>54,6 (+ 3M)</b>
Valeur totale (M\$)	252,7	231,3	242,1	249,4	278,0	309,6	359,3	211,2
Valeur (\$/lb)	3,36	3,23	3,28	3,28	3,47	3,67	3,88	3,87

# Des outils formidables des résultats formidables

## Le contrôle de la qualité

Développement d'un appareil extraordinaire de mesure de :

- l'authenticité
- la densité
- le goût

} du sirop d'érable

**Le SpectrACER**



# Plan de présentation

- 🍷 Un peu d'histoire
- 🍷 La Fédération aujourd'hui
- 🍷 Nos outils de mise en marché
- 🍷 Des outils formidables  
des résultats formidables
- 🍷 **Et l'avenir maintenant...**
- 🍷 Conclusion



# Et l'avenir maintenant... production

## Nous souhaitons répondre à la demande croissante du marché

- ◆ Permettre l'émission rapide des contingents lorsque des indicateurs de marché le suggèrent
- ◆ Lancer une grande mise à jour du potentiel acéricole du Québec
- ◆ Protéger les zones prioritaires de développement acéricole
- ◆ Offrir du soutien afin de mieux développer
  - le marché industriel
  - plus de marchés internationaux



# Et l'avenir maintenant... qualité

## Nous souhaitons raffiner le produit et développer les meilleures pratiques



- ◆ Créer une appellation d'origine contrôlée afin d'avoir une meilleure traçabilité du produit
- ◆ Inscrire le sirop d'érable au Codex Alimentarius afin de protéger notre produit à l'étranger (*Food and Agriculture Organisation of the United Nations*)
- ◆ Encourager davantage la production biologique
- ◆ Établir des incitatifs financiers à l'innovation, notamment en matière d'efficacité énergétique et de gestion des gaz à effet de serre (GES)

# Et l'avenir maintenant... terroir

## **Nous souhaitons hisser les produits d'érable à un niveau à forte valeur ajoutée auprès des consommateurs**

- ◆ Encourager les partenariats avec les milieux gastronomiques
- ◆ Développer de nouveaux produits à base d'érable
- ◆ Développer des pastilles de goût du sirop d'érable
- ◆ Explorer la vente de produits de niche dans un réseau d'épiceries fines à travers un processus de certification

# Et l'avenir maintenant... fierté

**Nous souhaitons reconnaître la forte contribution de l'acériculture dans notre identité québécoise**

- ◆ Inscrire les pratiques acéricoles dans le patrimoine vivant immatériel de l'humanité





# Conclusion

- ◆ Une industrie en plein essor depuis 25 ans
- ◆ Un modèle d'affaires collectif quasi unique au monde, qui ne coûte à peu près rien à l'État
- ◆ Des liens d'affaires de plus en plus étroits entre les partenaires de la filière
- ◆ Une demande mondiale et des marchés d'exportation en pleine effervescence
- ◆ Le passé est garant de l'avenir
- ◆ Cet avenir nous appartient si on veut bien continuer à nous laisser nous en occuper





Des questions ?

**Merci!**

